



**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**  
**Licenciatura en Gestión de la Información en Redes**  
**Sociales 2017**



Programa de estudio de la unidad de aprendizaje:

**Ética profesional**

**Elaboró:** M. C. José Guadalupe Palacios Balbuena  
Mtro. en Com. Alejandro Cuadros Medina

<b>Fecha de aprobación:</b>	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	Acta 729	Acta 811
	28 de enero 2021	29 de enero 2021

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**





## Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	3
II. Presentación del programa de estudios	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	4
IV. Objetivos de la formación profesional	4
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización	7
VII. Acervo bibliográfico	8
VIII. Mapa curricular	10



Consejo Académico  
PRESIDENCIA



Consejo Académico  
SECRETARÍA



### I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales								
Licenciatura	Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales								
Unidad de aprendizaje	Ética profesional	Clave	LGS036						
Carga académica	2	4	6	8					
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos					
Período escolar en que se ubica	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Seriación	Ninguna				Ninguna				
	UA Antecedente				UA Consecuente				

### Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso	<input type="checkbox"/>	Curso taller	<input checked="" type="checkbox"/>
Seminario	<input type="checkbox"/>	Taller	<input type="checkbox"/>
Laboratorio	<input type="checkbox"/>	Práctica profesional	<input type="checkbox"/>
Otro tipo (especificar)	<input type="text"/>		







## II. Presentación del programa de estudios

El programa de estudios de la unidad de aprendizaje Ética Profesional, conforme lo establece el artículo 84 del Reglamento de Estudios Profesionales (2007), es un documento de carácter oficial que estructura y detalla los objetivos de aprendizaje y los contenidos establecidos en el plan de estudios, y que son esenciales para el logro de los objetivos del programa educativo y el desarrollo de las competencias profesionales que señala el perfil de egreso.

El programa de Ética Profesional consta de cuatro unidades; la primera unidad corresponderá a la revisión teórica sobre los temas básicos de la Ética general. La unidad dos abordará las definiciones que rigen el actuar de un profesional y así poder contar con los elementos necesarios al crear una cultura profesional. La unidad tres, se enfocará a la búsqueda de los dilemas éticos derivados de la actuación de un profesional de la Gestión de la Información en Redes Sociales y conocer cómo la actuación racional será guiada por los valores propios de la profesión. Por último, la unidad cuatro el alumno tratará de afinar un criterio ético para estar en condiciones de resolver dilemas que se le presenten en el ejercicio de su propia vida profesional.

La UA de Ética Profesional contribuye al perfil de egreso del licenciado en Gestión de la Información en Redes Sociales en la solución de los problemas colectivos al reconocer a la ética como un elemento fundamental en la conducta del individuo en la toma de decisiones y sus relaciones con los otros miembros de la sociedad en red, con ello estará en condiciones de afrontar de manera profesional y con un criterio ético las situaciones en relación a la planeación territorial, por tanto tendrá los elementos básicos para formular propuestas para una mejor relación social.

## III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

<b>Núcleo de formación:</b>	Integral
<b>Área Curricular:</b>	Ciencias Sociales
<b>Carácter de la UA:</b>	Obligatoria

## IV. Objetivos de la formación profesional.

### Objetivos del programa educativo:

La Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales forma profesionistas que contribuyen al progreso social, económico y cultural del país, a través de los siguientes objetivos:







## Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base a la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar con autonomía como Licenciado(a) en Gestión de la Información en Redes Sociales.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas de inglés como segunda lengua.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y justicia.

## Particulares

- Crear sistemas de bases de datos mediante algoritmos, modelos matemáticos y modelos de software; para almacenar, recuperar y procesar datos de la sociedad en red.
- Seleccionar métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas en el análisis de datos, comprender su significado, procesarlo y convertirlo en información útil para las organizaciones públicas y privadas.
- Analizar el marco normativo, la seguridad de las TIC y los delitos cibernéticos, para evaluar decisiones y formular soluciones racionales y éticas sobre el uso, acceso y protección de datos e información de la sociedad en red.
- Analizar datos mediante la selección de principios, métodos y técnicas estadísticas, modelos de inteligencia artificial, minería de datos y teoría de juegos; para localizar patrones, identificar tendencias, necesidades y problemáticas de la sociedad en red.
- Investigar mercados a través de métodos cuantitativos y cualitativos para mejorar o innovar productos tangibles e intangibles e identificar oportunidades de negocio en las organizaciones públicas y privadas.





- Desarrollar habilidades tecnológicas mediante en el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para operar plataformas digitales y comunidades virtuales de la sociedad en red.
- Crear estrategias discursivas mediante la composición editorial y diseño gráfico, para comunicar información, contenido e imagen de personas, productos tangibles e intangibles, organizaciones públicas y privadas en plataformas y redes sociales digitales.
- Gestionar información en las organizaciones públicas y privadas a través del proceso administrativo, para tomar decisiones estratégicas en los ámbitos de intervención profesional de los sectores primario, secundario y terciario.
- Seleccionar los canales y medios de comunicación para difundir información, promover la identidad, imagen y reputación de personas y organizaciones; así como comercializar productos tangibles e intangibles vía *internet*.
- Colaborar en la formulación de políticas, legislación y lineamientos en torno al acceso, uso y protección de datos e información, para personas y organizaciones públicas y privadas.
- Administrar sistemas de información en plataformas tecnológicas y redes sociales digitales, respetando las políticas, legislación y lineamientos sobre el uso, acceso y protección de datos e información.
- Proponer información para la toma de decisiones en el desarrollo de políticas públicas, para atender necesidades y resolver problemas en materia de planeación y desarrollo urbano, demográfico, educativo, salud, trabajo, seguridad social, vivienda, entre otros.

### Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Comprenderá aprendizajes sobre métodos y técnicas especializadas, y capacidades para desarrollar la autonomía profesional y el desempeño aceptable en el campo laboral.

### Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Crear estrategias de comunicación a partir del análisis y la construcción del discurso, dando sentido a la información, para establecer diferentes planes de comunicación que permitan la interacción entre los actores que componen la sociedad en red.

Analizar el marco normativo vigente a nivel internacional, nacional y estatal de derecho de acceso, uso y protección a la información de la sociedad en red. Proponer actualizaciones al marco normativo sobre seguridad de la información de la sociedad en red con ética profesional.





Analizar el comportamiento de las personas en su rol de consumidor de productos tangibles e intangibles, mediante la identificación de características, necesidades y oportunidades, para fundamentar la toma de decisiones en las organizaciones públicas y privadas.

Analizar los elementos socio-históricos que han generado fenómenos en la sociedad en red, a partir del estudio de la sociedad de la información y del conocimiento, de teorías sociológicas, antropológicas e históricas de redes sociales y de la auto constitución del homo sapiens y de la técnica, para comprender su funcionamiento y sus implicaciones sociales en la actualidad.

Analizar aspectos estructurales y funcionales de la lengua inglesa mediante habilidades lingüísticas de nivel medio-alto, para adquirir las competencias comunicativas en la descripción de situaciones y procesos, referencias temporales, reflexión, opinión, planeación y expectativa en contextos generales y particulares de la sociedad en red.

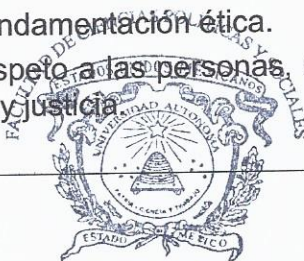
### V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Valorar la importancia de la ética profesional, a través de códigos deontológicos y marcos jurídicos de la información, para aplicarla en ámbitos de intervención.

### VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

<b>Unidad 1. Ética: conceptos básicos y sus corrientes principales.</b>
<b>Objetivo:</b> Distinguir los conceptos básicos de la Ética a través de las corrientes principales de esta disciplina filosófica, en una breve revisión histórica, para poder identificar el sistema de valores de la sociedad.
<b>Contenidos:</b> 1.1. Moral y moralidad. 1.2. Ética y metaética. 1.3. Diversidad de teorías éticas: de la era del ser, de la era de la conciencia, de la era del lenguaje. 1.4. Clasificaciones éticas.

<b>Unidad 2. Principios de la Ética profesional.</b>
<b>Objetivo:</b> Analizar los principios y normas de la Ética profesional a través de la revisión de varios códigos deontológicos y marcos jurídicos de la información para identificar y comparar sus preceptos morales y éticos.
<b>Contenidos:</b> 2.1. Argumentación moral y fundamentación ética. 2.2. Principios: autonomía, respeto a las personas, responsabilidad, precaución, no maleficencia, beneficencia y justicia. 2.3. Cultura profesional.



Consejo Académico  
PRESIDENCIA



Consejo Académico  
SECRETARÍA





### Unidad 3. Valores del ejercicio profesional.

**Objetivo:** Analizar resultados del trabajo la gestión de información en redes sociales que representen dilemas éticos a través de una investigación de campo, para reconocer los valores que guiaron su actuación profesional.

#### Contenidos:

- 3.1. Idea de la ética profesional.
- 3.2. Dignificación de la profesión.
- 3.3. Deberes y derechos del profesional en gestión de la información en redes sociales.

### Unidad 4. Postura ética en la toma de decisiones profesionales.

**Objetivo:** Analizar argumentos profesionales mediante la resolución de casos hipotéticos sobre una problemática del ámbito de la Gestión de la Información en Redes Sociales para reconocer su postura ética.

#### Contenidos:

- 4.1. Presentación y análisis de casos de dilemas éticos en la Gestión de Información en Redes Sociales.
- 4.2. Reflexión ética sobre situaciones y valores en conflicto.

## VII. Acervo bibliográfico

### Básico:

- Cortina, Adela y Martínez Navarro, E. (2008). *Ética*. Madrid, España: Akal.
- Cortina, Adela. (2014). *¿Para qué sirve realmente...? La Ética*. Barcelona: Paidós.
- Del Prado Flores, Rogelio, coordinador. (2014). *Ética y redes sociales*. México: Tirant Humanidades, Universidad Anáhuac.
- Gazzaniga, Michael S. (2016). *El cerebro ético*. Barcelona: Paidós.
- García González, Dora Elvira. (2010). *Ética, profesión y ciudadanía. Una ética cívica para la vida en común*. México: Porrúa, Tecnológico de Monterrey.
- Gómez Rivas, León Ma., et al. (2012). *Ética en las ciencias sociales*. México: Delta Publicaciones Universitarias.
- Hamelink, Cees J. (2015). *La ética del ciberespacio*. México: Siglo XXI Editores.
- Hernández Baqueiro, Alberto, coordinador. (2006). *Ética actual y profesional. Lecturas para la convivencia global en el siglo XXI*. México: Thomson.
- Piñón Gaytán, Francisco. (2019). *Ética y modernidad en la era de la tecnociencia*. México: Orfila.







Sancén Contreras, Fernando. (2013). *Ética del futuro. Respuesta a los retos que la ciencia y la técnica plantean al ser humano*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.

Savater, Fernando. (2012). *Ética de urgencia*. México: Ariel.

### Complementario

Aristóteles. (2007). *Ética nicomáquea*. Buenos Aires: Losada.

Bauman, Zygmunt y Leonidas D. (2015). *Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*. México: Paidós.

Bauman, Zygmunt y Leonidas D. (2019). *Maldad líquida. Vivir sin alternativas*. México: Paidós.

Beuchot, Mauricio. (2004). *Ética*. México: Editorial Torres Asociados.

Dupré, Ben. (2014). *50 cosas que hay que saber sobre Ética*. México: Ariel.

García González, Dora Elvira y Jorge E. Traslosheros, coordinadores. (2008). *Ética, persona y sociedad. Una ética para la vida*. México: Porrúa, Tecnológico de Monterrey.

Harari, Yuval Noah. (2018). *21 lecciones para el siglo XXI*. México: Debate.

Lukes, Steven. (2011). *Relativismo moral*. Madrid: Paidós.

MacIntyre, Alasdair. (2014). *Historia de la ética*. Barcelona: Paidós.

Parent Jacquemin, Juan María, et al. (2001). *IV Foro Universitario La Ética profesional ante los avances tecnológicos y culturales*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.

Ramírez Beltrán, Rafael Tonatiuh y Rogelio del Prado Flores. (2019). *Humanizar la tecnología. Implicaciones culturales y formativas de la comunicación*. México: Gedisa, Universidad Anáhuac.

Todorov, Tzvetan. (2017). *Las morales de la historia*. México: Paidós.

Villoro, Luis, coordinador. (2000). *Los linderos de la Ética*. México: Siglo XXI, UNAM.







Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)

Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

VIII. Mapa curricular



Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)



Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

3.9 Mapa curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes sociales, 2017

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
<b>O B L I G A T O R I A S</b>	<p>Gestión 3 1 4 7</p> <p>Mercadotecnia 2 4 15</p> <p>Psicología social 4 0 4 3</p> <p>Sociedad de la información y del conocimiento 4 0 4 15</p>	<p>Gestión informática 3 1 4 7</p> <p>Psicología del consumidor 3 1 4 7</p> <p>Teorías de las redes sociales 5 1 6 11</p>	<p>Gestión financiera 3 1 4 7</p> <p>Mercadotecnia en áreas especiales 1 3 4 5</p> <p>Teorías y modelos de comunicación 4 0 4 8</p> <p>Semiótica 4 0 4 8</p>	<p>Gestión de la información 1 3 4 5</p> <p>Marco normativo de la información 4 2 6 10</p> <p>Teoría del discurso 4 0 4 8</p> <p>Lógica 4 0 4 8</p>	<p>Teoría de la decisión 3 1 4 7</p> <p>Investigación de mercados virtuales 1 3 4 5</p> <p>Métricas de medios sociales 1 3 4 5</p> <p>Enunciación discursiva 4 0 4 8</p> <p>Diseño gráfico 2 2 4 6</p> <p>Seguridad en las tecnologías de la comunicación 4 0 4 8</p>	<p>Dirección estratégica 2 2 4 10</p> <p>Gestión de comunidades virtuales 1 3 4 5</p> <p>Métricas de medios sociales 1 3 4 5</p> <p>Enunciación discursiva 4 0 4 8</p> <p>Diseño gráfico 2 2 4 6</p> <p>Seguridad en las tecnologías de la comunicación 4 0 4 8</p>	<p>E-commerce 1 1 4 5</p> <p>Inteligencia de negocios 1 3 4 5</p> <p>Mapadocencia relacional 1 3 4 5</p> <p>E-business 4 0 4 8</p> <p>Experiencia 1 3 4 5</p> <p>Delitos cibernéticos 4 0 4 8</p> <p>Minería de datos 1 3 4 5</p>	<p>Temas de discusión estratégica 1 1 4 5</p> <p>Emporio digital 1 3 4 5</p> <p>Plan estratégico online 0 2 4 6</p> <p>Comunicación organizacional 4 0 4 8</p> <p>Selección de mensajes multimedia 2 2 4 6</p> <p>Etica profesional 1 3 4 5</p>	<p>Práctica profesional 30</p>
<b>O P T I M I Z A S</b>									

HT 18	6
HP 16	6
TH 24	6
CR 142	6

HT 14	6
HP 14	6
TH 21	6
CR 145	6

HT 14	6
HP 17	6
TH 21	6
CR 145	6

HT 6	6
HP 16	6
TH 24	6
CR 138	6

HT 30	6
HP 30	6
TH 45	6
CR 30	6



Consejo Académico  
PRESIDENCIA

Consejo Académico  
SECRETARÍA





**Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)**

**Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales**



Proyecto curricular de la Licenciatura en Gestión de la Información en Redes Sociales (2017)



Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

**DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS**

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
Principios de la Publicidad			4				4	4	4
Psicología del Poder				4			4	4	4
Diseño vectorial					4		4	4	4
Métodos cualitativos						4	4	4	4
Antropología social							4	4	4
Algebra diferencial								4	4
Estadística de promedios								4	4
Branding								4	4
Teoría de negociación								4	4
Sociología								4	4
Web design								4	4

SIMBOLOGIA		PARAMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS	
HT	Horas Teóricas	Núcleo Básico	48
HP	Horas Prácticas	Núcleo Obligatorio	20
TH	Total de Horas	Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	68
CR	Creditos	Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	22 UA
		Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	116
		Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	48
		Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	43
		Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	91
		Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	139
		Núcleo Obligatorio cursar y acreditar	113

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA Obligatorias	50 + 2 Actividades académicas
UA Oportivas	3
UA a acreditar	53 + 2 Actividades académicas
Creditos	381

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
UAEM

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

172